



Técnicas y medios de recogida de información en la investigación de mercados

Sku: CT2569

Horas: 20

Formato: HTML

CONTENIDOS

1 Métodos de obtención de información secundaria.

1.1 Las bases de datos documentales. localización de fuentes de información secundaria. la estadística oficial.

2 Motores de búsqueda y criterios de selección de fuentes de información secundaria.

3 Métodos y técnicas de recogida de información primaria.

4 Técnicas de investigación cuantitativa.

4.1 La encuesta. Modelos de encuesta (telefónica. postal. en domicilio. internet).

4.2 El panel. finalidad y ventajas

4.3 La observación. aplicaciones prácticas.

4.4 Experimentación. el entorno de control de la investigación.

5 Técnicas de investigación cualitativa.

5.1 Los grupos de discusión «focus group».

5.2 La entrevista en profundidad. tipos de entrevistas. la profesionalidad del entrevistador

5.3 Técnicas proyectivas.

6 Tecnologías de información y comunicación aplicadas a la investigación de mercados. CAPI. CATI y CAWI.

6.1 Organización y tabulación de la información

6.2 Codificación de los cuestionarios. Métodos ex ante y ex post.

6.3 Análisis comparativo de los métodos de recogida de información.

7 El papel de las nuevas tecnologías: calidad y rapidez en los datos.

8 Normas ESOMAR y otros criterios normalizados y de buenas prácticas en las investigaciones de mercados y estudios de opinión.

9 Simulación del proceso de recogida de información primaria. Caso práctico.